

**PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK IM3 OOREDOO**

Oleh:

Astaria Eka Santi

362012051

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi

Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

2016



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astaria Eka Samti
NIM : 36 2012 051 Email : astaria.eka@gmail.com
Fakultas : Fiskom Program Studi : Komunikasi
Judul tugas akhir : Perencanaan program komunikasi pemasaran
untuk meningkatkan penjualan produk
IM3 Ooredoo
Pembimbing : 1. IR. Rokrie Slahaneing, M.Si
2. Ester Krisnawati M.I. Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 4 Januari



Astaria Eka S.



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ASTARIA EKA SANTI**
NIM : **362012051** Email : **astaria.eka@gmail.com**
Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi** Program Studi : **Komunikasi**
Judul tugas akhir : **PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK IM3 OOREDOO**

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dikampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, **11 Januari 2016**

Astaria Eka Santi

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

Ir. Royke Siahaneina, M.Si

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Ester Krishawati, M.I.Kom

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK IM3 OOREDOO**

Nama Mahasiswa : Astaria Eka Santi

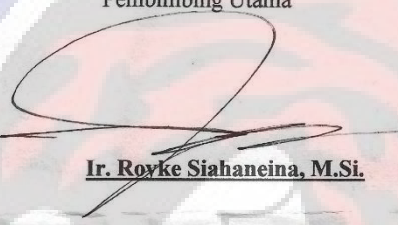
NIM : 362012051

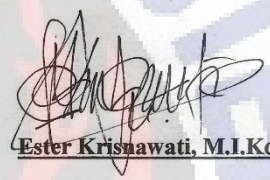
Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**

Disetujui oleh,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Ir. Royke Siahaneina, M.Si.


Ester Krisnawati, M.I.Kom

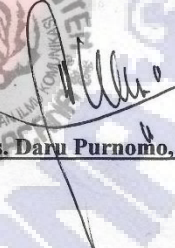
Diketahui Oleh,

Disahkan Oleh,

Kaprodi,

Dekan,


Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom


Drs. Daru Purnomo, M.Si

Disetujui Tanggal : 10 Januari 2016

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

2016

MOTTO

“Lebih baik diasingkan daripada menyerah terhadap kemunafikan”

Soe Hok Gie

Live as if you were to die tomorrow; learn as if you were to live forever.-

Mahatma Gandhi



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas anugerah dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan ini merupakan sebuah gagasan untuk mengembangkan apa yang dimau konsumen dan bagaimana perusahaan merespon tantangan di era digital. Biarlah perencanaan ini menjadi pengantar yang baik bagi penulis memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Adapun ucapan terimakasih penulis ungkapkan bagi seluruh pihak yang mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Ucapan terimakasih ini penulis tujukan kepada:

1. Allah SWT, yang luar biasa memberikan jalan kepada penulis untuk menulis perencanaan ini, rencan Mu sungguh indah.
2. Bapak Santoso dan Ibu Sri Barokah yang senantiasa memberikan penulis dukungan dan menantang penulis untuk berkarya lebih dan lebih
3. Adik penulis, Almas Nawal yang senantiasa memberikan penulis tantangan disetiap waktu hingga akhirnya perencanaan ini selesai.
4. Yang terkasih, Tio yang sangat sabar dan selalu memberikan penulis inspirasi untuk segera menyelesaikan perencanaan ini. Serta menjadi motivasi terbesar untuk segera menyusul menjelajah dunia.
5. Oom Royke dan Mbak Ester Krisnawati selaku pembimbing yang sabar dan memberi pengarahan serta memberikan dukungan dalam penulisan perencanaan ini.
6. Ibu Dewi Kartika Sari selaku Kaprogdi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan tantangan untuk menyelesaikan perencanaan ini.
7. Pak Syamsul, Bu Anna, Mas Dimas, Bang Andi, Mas Romin, Mas Ari dan seluruh keluargaku di PT Indosat Tbk area Semarang Outer dan PT Meliana Perkasa Sejahtera.
8. Sahabat penulis Titen Akasiwi dan Angista Ganis Evita yang tak henti mengingatkan penulis untuk tidak goyah dalam penulisan perencanaan ini.
9. Komunikasi UKSW angkatan 2012, salam sempak selalu kawan-kawan.

10. Keluargaku Forum Negarawan Muda, Hipwee Ambassador Solo, Youth for Climate Change dan Kreanovator yang selalu memberi tantangan kepada penulis untuk segera menyelesaikan perencanaan ini.

11. Kepada seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Tentunya terdapat berbagai keterbatasan yang mungkin ditemui dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran demi perbaikan yang lebih baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan limpahan kasih sayang untuk kita semua.

Salatiga, 6 Desember 2016

Astaria Eka Santi



SARIPATI

Produk IM3 Ooredoo merupakan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Potensi jumlah pengguna layanan telekomunikasi yang terus meningkat menjadi salah satu tantangan di era digital. Salah satu tantangan tersebut adalah menyediakan layanan telekomunikasi yang mampu mengakomodir seluruh kebutuhan masyarakat. Namun dibalik potensi itu terdapat permasalahan yaitu menurunnya jumlah pengguna dan penjualan pada kuartal 1 dan 2 tahun 2016 di wilayah Kecamatan Tingkir.

Untuk meningkatkan pengguna dan penjualan produk IM3 Ooredoo penulis membuat sebuah perencanaan program komunikasi pemasaran berupa sebuah kampung yang memiliki fasilitas digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat wilayah Kecamatan Tingkir. Lokasi dari kampung ooredoo ini berada wilayah kecamatan Tingkir tepatnya di sekitar Taman Tingkir. Penulis membuat perencanaan mulai dari strategi komunikasi berupa strategi pesan dan strategi media yang akan digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan pengguna melalui program kampung ooredoo.

Dari perencanaan program komunikasi pemasaran ini penulis menyimpulkan bahwa keberadaan kampung ooredoo diharapkan akan mampu menaikkan jumlah penjualan dan pengguna produk IM3 Ooredoo di wilayah kecamatan Tingkir dengan indikator peningkatan jumlah pengunjung di kampung ooredoo serta media dan pesan yang disampaikan melalui program komunikasi pemasaran kampung ooredoo.

Kata kunci : Kampung Ooredoo, IM3 Ooredoo, Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

IM3 Ooredoo's product is a well known product in the society. The user of telecommunication service which has potential to increase becomes one of the challenges during the digital era. One of the challenge is to provide the telecommunication service which is able to fulfill the society's need. Despite the potential, there's a problem of decreasing of the users and sales at the 1st and 2nd quarter of 2016 in Tingkir District.

In order to increase the amount of IM3 Ooredoo's user and sales, the writer makes a marketing communication program in the form of a village with a digital facility to fulfill the needs of the citizen of Tingkir district. Ooredoo village is located at Tingkir district, especially at around Tingkir Park. The writers makes plans in the form of media strategy and message strategy that is going to increase users and customers throught Ooredoo village.

From this marketing communication program, the writers concludes that the existence of ooredoo village will increase the amount of of IM3 Ooredoo's sales and user in Tingkir district with the indicator of the increasing of the visitor of Ooredoo village also the media and message which is delivered in Ooredoo village.

Key Words : Ooredoo Village, IM3 Ooredoo, Marketing Communication Program Plan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
SARIPATI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR KURVA	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Perencanaan	8
1.5 Batasan Konsep	8
BAB II KAJIAN TEORI	9

2.1 Perencanaan Komunikasi	9
2.1.1 Model Perencanaan komunikasi lima langkah	10
2.1.2 Analisis SWOT	11
2.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	14
2.2.2 Elemen IMC	17
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka berfikir	24
BAB III TAHAPAN PERENCANAAN	25
3.1 Tahap Penelitian	25
3.2 Tahap Perencanaa	25
3.3 Tahap Pelaksanaan	25
3.4 Tahap Evaluasi	25
3.5 Tahap Pelaporan	26
3.6 Time Table Perencanaan Program	26
BAB IV PROFIL PRODUK IM3 OOREDOO	28
4.1 Analisis Perusahaan	28
4.2 Profil Produk	39
4.3 Consumer Insight	36
4.4 Analisis SWOT IM3 Ooredoo	38
BAB V PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN	40
5.1 Kerangka Strategi	41
5.2 Strategi Pemasaran	41

5.3 Penentuan Khalayak Sasaran	42
5.4 Rangkuman Strategi dasar KPT	44
5.5 Strategi Pesan	43
5.6 Strategi Media	45
5.7 Eksekusi dan Implementasi IMC IM3 Ooredoo	49
5.8 Anggaran Pembuatan Kampung Ooredoo	62
5.9 Tahap Pengukuran dan Pelaporan	63
BAB VI PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

1.1 Cellular Revenue Perfromance	2
1.2 Cellular Costumer Base	3
1.3 Jumlah penjualan SP atau perdana IM3 Ooredoo oleh sales dari bulan Januari-Juni 2016	5
1.4 Jumlah pelanggan IM3 Ooredoo bulan Januari-Juni	6
2.1 Tabel dasar komunikasi pemasaran	15
2.2 Penelitian Terdahulu	21
3.1 <i>Time Table</i> Perencanaan Program	27
5.1 Anggaran kampung ooredoo	64
5.2 Anggaran Promosi Kampung Ooredoo	65

DAFTAR KURVA

- 1.1 Kurva jumlah pelanggan IM3 Ooredoo di wilayah kecamatan Tingkir Kota
Salatiga 6



DAFTAR DIAGRAM

2.1 Hubungan antara marketing mix dan promotion mix

12



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tarif paket freedom combo	33
Gambar 4.2 Tarif paket freedom minis [1]	33
Gambar 4.3 : Tarif paket freedom minis [2]	34
Gambar 4.4 : Tarif Matrix super plan	34
Gambar 4.5 Tarif blackberry	35
Gambar 4.6 Tarif paket internet [1]	35
Gambar 4.7 Tarif internet [2]	36
Gambar 5.1 Contoh Branding Lokasi	53
Gambar 5.2 Contoh branding lokasi	54
Gambar 5.3 Branding 1	54
Gambar 5.4 Branding 2	55
Gambar 5.5 Branding 3	55
Gambar 5.6 Branding 4	56
Gambar 5.7 Branding 5	56
Gambar 5.8 Lokasi Kampung Ooredoo	57
Gambar 5.9 Denah Kampung Ooredoo	57
Gambar 5.10 Standing banner Kampung Ooredoo	59
Gambar 5.11 Youtube Banner Kampung ooredoo	60
Gambar 5.12 Pena Kampung Ooredoo	60
Gambar 5.13 Block note kampung ooredoo	61
Gambar 5.14 Kaos Kampung Ooredoo	61
Gambar 5.15 Billboard Kampung Ooredoo	62
Gambar 5.17 Logo Kampung Ooredoo	63